

GENDERQUEER DALAM IKLAN KOSMETIK KOREA

(Analisis Semiotika Iklan Kosmetik Korea *L'atelier Parfume VT Cosmetics* oleh *Boygroun Bangtan Sonyeondan* di Youtube)

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Prasyarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S1)



Oleh:

Marsha Rizqi Ika Putri (201410040311214)

Dosen Pembimbing 1: Drs. Muslimin Machmud. M. Si

Dosen Pembimbing 2: Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M. Si

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

2020


LEMBAR PENGESAHAN
PENGAJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Marsha Rizqi Ika Putri
NIM : 201410040311214
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *"Genderqueer Dalam Iklan Kosmetik Korea"*
(Analisis Semiotika Iklan Kosmetik Korea L'atelier Parfume VT
Cosmetics oleh Boygroup Bangtan Sonyeondan di Youtube)
Telah disetujui dan diperkenankan untuk melakukan ujian skripsi.

Malang, 2020
Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Muslimin Machmud, M.Si



Novin Farid Setyo Wibowo, S.
Sos, M. Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh

MARSHA RIZQI IKA PUTRI

201410040311214

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

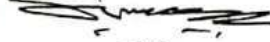

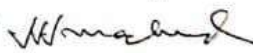

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi

Pada hari Selasa, 25 Agustus 2020

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

- | | | |
|---|-------------------------------|--|
| 1 | Sugeng Winarno, S.Sos, M.A. | () |
| 2 | Jamroji, S.Sos, M.Comms. | () |
| 3 | Dr. Muslimin Machmud, M.Si. | () |
| 4 | Novin Farid S W, S.Sos, M.Si. | () |

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Kurniawati, M.Si.

PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

Nama : Marsha Rizqi Ika Putri
Tempat, tanggal lahir : Malang, 1 Maret 1996
Nomor Induk Mahasiswa : 201410040311214
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul:

Genderqueer dalam Iklan Kosmetik Korea (Analisis Semiotika Iklan Kosmetik Korea
L'Atelier Parfume VT Cosmetics oleh *Boygroun Bangtan Sonyeondan* di Youtube)

adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain,, baik sebagian ataupun seluruhnya,
kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila
pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan
yang berlaku.

Malang, 10 Juli 2020

Yang Menyatakan,


METERAI
TEMPEL
593C8AHF710124680
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Marsha Rizqi Ika Putri



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Marsha Rizqi Ika Putri
NIM : 201410040311214

Hasil Plagiasi :

BAB I

BAB II

BAB III

11			
22	11		
57	26	15	

BAB IV

BAB V

BAB VI

3			
3	2		
16			

Malang,

Admin Plagiasi Prodi,

PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



KATA PENGANTAR

Dengan puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, berkah, dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Genderqueer Dalam Iklan Kosmetik Korea (Analisis Semiotika Iklan Kosmetik Korea *L’atelier Parfume VT Cosmetics* oleh *Boygroun Bangtan Sonyeondan* di Youtube)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang peneliti miliki saat melakukan penelitian. Atas segala kekurangan skripsi ini, maka besar harapan bagi peneliti untuk menerima kritik dan saran yang bersifat konstruktif sehingga skripsi dapat disempurnakan.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Fauzan, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Bapak Dr. Rinikso Kartono, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak Muhammad Himawan Sutanto, M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
4. Bapak Dr. Muslimin Machmud, M. Si dan Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan senantiasa memberi dukungan serta

arahan dengan penuh kesabaran selama proses bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah berkenan membagikan ilmu, mengajarkan hal baru, dan mendukung berproses selama berkuliah di Universitas Muhammadiyah Malang sehingga ilmunya dapat diterapkan saat penulis menyelesaikan skripsi ini
6. Kedua orang tua tercinta, Ayah Machmud Yusuf serta Mama Wuri Prihajati yang telah menjadi alasan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini serta kasih sayang, dukungan, motivasi dan do'a yang tidak pernah putus sehingga selalu menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus berproses.
7. Adik Dwi Rizqiika Oktavianida, yang menjadi cambuk agar penulis selalu dapat memberikan contoh yang baik, menjadi tauladan serta kebanggaan baginya.
8. Hawwin Purnama Akbar, yang telah konsisten mengingatkan, memberi masukan, membantu hingga menemani penulis hingga akhir penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman sekalian yang membantu memberikan semangat dan dukungan yang tanpa mereka, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi dalam periode ini.
10. Seventeen dan BTS yang telah memberikan motivasi untuk berjuang lebih keras tanpa kenal lelah, menerima diri sendiri serta menghibur penulis dikala lelah menghampiri.
11. Serta pihak- pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang jasanya tak kalah berkesan bagi penulis.

Malang, 26 Agustus 2020

Marsha Rizqi Ika Putri

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	3
PERNYATAAN ORISINILITAS	4
LEMBAR PLAGIASI.....	4
KATA PENGANTAR	6
Daftar Isi	8
Daftar Gambar	11
Daftar Tabel	12
BAB I.....	14
PENDAHULUAN	14
1.1. Latar Belakang	14
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian.....	17
1.4. Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1. Manfaat Akademis.....	17
1.4.2. Manfaat Praktis.....	17
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Media Sosial	18
2.1.1. Pengertian Media Sosial	18
2.1.2. Karakteristik Media Sosial	18
2.2. Jenis- Jenis Media Sosial.....	20
2.3. Genderqueer	22
2.4. Pengertian Kosmetik	24

2.4.1. Jenis- Jenis Kosmetik	25
2.5. Semiotika.....	26
2.5.1. Teori Semiotik Roland Barthes	26
2.6. Fokus Penelitian	28
BAB III	29
Metode Penelitian	29
3.1 Pendekatan Penelitian	29
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian	29
3.2.1. Tipe penelitian	29
3.2.2. Dasar Penelitian.....	29
3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	30
3.4 Waktu dan tempat Penelitian.....	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV	33
DESKRIPSI OBJEK.....	33
4.1. Gambaran tentang VT Cosmetics L’Atelier parfume	33
4.1.1. VT Cosmetics	33
4.1.2. BTS.....	35
4.1.3. Produk Parfum L’Atelier	41
4.1.4. Iklan Parfum L’Atelier	43
BAB V	45
SAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	45
5.1. Penyajian Data.....	45
5.2. Analisis Data	46
5.2.1. Genderqueer yang bersifat verbal.....	46
5.2.2. Genderqueer yang bersifat non verbal.....	49
BAB VI.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90

A. Kesimpulan	90
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92



Daftar Gambar

Gambar 2.1. Bendera Genderqueer.....	22
Gambar 2.2 Contoh penampilan Genderqueer 1.....	24
Gambar 2.3. Contoh penampilan Genderqueer 2.....	24
Gambar 2.4 Rumusan siginifikasi teori Barthes	27
Gambar 4.1. Logo VT Cosmetic.....	33
Gambar 4.2. Logo BTS.....	35
Gambar 4.3. RM	36
Gambar 4.4. Jin	37
Gambar 4.5. Suga.....	37
Gambar 4.6. J-Hope	38
Gambar 4.7. Jimin.....	39
Gambar 4.8. V.....	40
Gambar 4.9. Jungkook	40
Gambar 4.10. Parfum L’Atelier.....	41
Gambar 5.1. Statistik negara yang menganggap ayah rumah tangga dipandang sebelah mata	57

Daftar Tabel

Tabel 3.1. Peta Teori Barthes.....	31
Tabel 3.2. Kerja Analisis	32
Tabel 3.3. Analisis Konotasi dan Denotasi.....	32
Tabel 5.1. Kerja Analisis Verbal scene 22.....	46
Tabel 5.2 Analisis Makna Scene 22.....	47
Tabel 5.3. Kerja Analisis non verbal scene 1.....	49
Tabel 5.4. Analisis Makna scene 1	50
Tabel 5.5. Kerja Analisis non verbal scene 2.....	53
Tabel 5.6. Analisis Makna scene 2	54
Tabel 5.7. Kerja Analisis non verbal scene 3.....	58
Tabel 5.8. Analisis Makna scene 3	59
Tabel 5.9. Kerja Analisis non verbal scene 4.....	61
Tabel 5.10. Analisis Makna scene 4	62
Tabel 5.11. Kerja Analisis non verbal scene 5.....	65
Tabel 5.12. Analisis Makna scene 5	66
Tabel 5.13. Kerja Analisis non verbal scene 6.....	68
Tabel 5.14. Analisis Makna scene 6	69
Tabel 5.15. Kerja Analisis non verbal scene 7.....	71
Tabel 5.16. Analisis Makna scene 7	72
Tabel 5.17. Kerja Analisis non verbal scene 8.....	75
Tabel 5.18. Analisis Makna non verbal scene 8	76
Tabel 5.19. Kerja Analisis non verbal scene 9.....	77
Tabel 5.20. Analisis Makna non verbal scene 9	78
Tabel 5.21. Kerja Analisis non verbal scene 10.....	79

Tabel 5.22. Analisis Makna non verbal scene 10	80
Tabel 5.23. Kerja Analisis non verbal scene 11.....	81
Tabel 5.24. Analisis Makna non verbal scene 11	82
Tabel 5.25. Kerja Analisis non verbal scene 12.....	83
Tabel 5.26. Analisis makna non verbal scene 12.....	83
Tabel 5.27. Kerja Analisis non verbal scene 13.....	85
Tabel 5.28. Analisis Makna non verbal scene 13	86
Tabel 5.29. Kerja Analisis non verbal scene 14.....	87
Tabel 5.18. Analisis Makna scene 14	88

